



Pengaruh *Sales Growth*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor *Properties & Real Estate* yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023)

Isti Handayani*¹, Wuri Septi Handayani²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur, Indonesia
2032510139@student.budiluhur.ac.id¹, wuri.septihandayani@budiluhur.ac.id²

Alamat: Jl. Ciledug Raya, RT. 10/RW. 2, Petukangan Utara, Pesanggrahan, Jakarta Selatan

Korespondensi penulis: 2032510139@student.budiluhur.ac.id*

Abstract. *This research was conducted aiming to determine the effect of sales growth, company size, profitability, liquidity, and leverage on firm value. This research was conducted at the Properties & Real Estate sector company on the Indonesia Stock Exchange (IDX) with a research period of 2019 - 2023. The sampling technique in this study used purposive sampling with a sample of 51 companies. Based on the research results, it can be concluded that sales growth, company size and liquidity have no effect on company value, then profitability and leverage have a positive effect on company value.*

Keywords: *Sales Growth, Company Size, Profitability, Liquidity, Leverage, Firm Value.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor Properti & Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2019 – 2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 51 perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemudian profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Nilai Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Dunia industri ini berkembang sangat pesat dan perekonomian dunia yang mengalami perkembangan besar telah mendorong perekonomian Indonesia menuju perdagangan bebas yang meningkatkan persaingan antar perusahaan. Perusahaan dibentuk untuk meningkatkan kekayaan pemilik atau pemegang saham perusahaan. Oleh karena itu, pemilik perusahaan harus lebih kreatif dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, setiap perusahaan harus mampu terus meningkatkan daya saingnya. Nilai perusahaan adalah harga yang akan dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan akan dijual.

Bidang *property & real estate* merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di dunia globalisasi bisnis saat ini. Industri ini ditandai dengan perubahan yang cepat dan mulai bangkit akibat meningkatnya permintaan yang disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat. *Property & real estate* kini sudah banyak tersedia, dari seluruh jenis *property*,

property residensial baik rumah, apartemen, gedung, maupun villa saat ini menjadi yang paling banyak terdapat di Indonesia. Naik turunnya harga saham merupakan fenomena yang cukup menarik untuk dibahas. Sektor *properties & real estate* mengalami fase yang cukup sulit, masih berusaha untuk bangkit dari penurunan sejak 2019. Lalu di awal tahun 2020, wabah Covid-19 juga berdampak pada sektor *properties & real estate* dimana saat itu diterapkan kebijakan pembatasan ruang gerak secara besar untuk masyarakat dan hal ini memicu adanya penurunan kemampuan keuangan, index saham sektor *properties & real estate*. Pemulihan tahap awal sektor *properties & real estate* baru terjadi pada 2021 lalu. Sepanjang 2021, sektor *properties & real estate* dan konstruksi tumbuh masing-masing 2,78% dan 2,81% secara tahunan (*year-on-year/yoy*). Rendahnya tingkat pertumbuhan ini seiring masih lemahnya tingkat konsumsi masyarakat. BPS mencatat, sepanjang 2021 pengeluaran konsumsi rumah tangga masyarakat Indonesia hanya tumbuh 2,02%. Meski rendah, pertumbuhan properti yang terlihat dari sektor konstruksi dan real estate sepanjang 2021 sudah lebih baik dibanding kondisi 2020. Dua tahun lalu, pertumbuhan sektor konstruksi berkontraksi 3,26%, sementara pertumbuhan sektor *Properties & real estate* hanya menyentuh angka 2,32%.

Pemerintah kembali melakukan stimulus untuk mendorong sektor perumahan dan konstruksi. Insentif tersebut diharapkan bisa mengerek sektor properti sekaligus mendongkrak penjualan pengembang di Indonesia. Pertumbuhan sektor *real estate* hanya mencapai 0,37% (*year on year/yoy*) pada kuartal I-2023 dan 0,95% (*yoy*) pada kuartal II-2023. Padahal, multiplier effect dari sektor tersebut ke perekonomian diperkirakan mencapai 14-16%. Dimana sektor perumahan PDB nya cukup rendah dan turun 0,67%, begitu juga dengan konstruksi 2,7%. Angka tersebut jauh lebih kecil dibandingkan pada periode sebelum pandemi yakni di kisaran 5%. Melemahnya pertumbuhan real estate menjadi kabar buruk mengingat kontribusi keduanya masing-masing sebesar 14%-16%. Untuk mendongkrak sektor *property*, pemerintah sudah berkali-kali memberikan insentif dalam bentuk Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) untuk sektor properti sebesar 100% bagi hunian dengan nilai jual sampai dengan Rp2 miliar dan PPN DTP sebesar 50% diberikan pada hunian dengan nilai jual Rp2-5 miliar.

2. KAJIAN TEORI

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak investor. Teori sinyal

(Signalling theory) memfokuskan pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi suatu komponen penting untuk investor dan pelaku bisnis karena informasi pada dasarnya menyampaikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi perkembangan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Nilai Perusahaan

Menurut Indrarini (2019:2), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Menurut Suwandi Ng (2022:33), nilai perusahaan merupakan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Ditempuh dengan memaksimalkan nilai saat ini ataupun present value. Seluruh kesejahteraan pemegang saham hendak bertambah apabila harga saham bertambah.

Perhitungan PBV dapat melalui perbandingan antara harga per lembar saha, pada akhir tahun dengan nilai buku per lembar saham. Semakin tinggi PBV maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran dari para pemegang saham, oleh karena itu membuat investor percaya atas prospek baik perusahaan kedepannya. Price book value (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Per lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Sumber: Dewantari et al., (2023)

Sales Growth

Menurut (Setyo et al., 2022) *Sales Growth* menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Dengan adanya *sales growth* dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Sales growth atau pertumbuhan penjualan di definisikan sebagai kenaikan total penjualan dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan perusahaan. Perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan melihat penjualan dari tahun sebelumnya. Dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan perubahan total aktiva.

Sales growth adalah selisih penjualan yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aktiva periode sebelumnya, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Current sales periode} - \text{Present sales}}{\text{Present periode sales}}$$

Sumber: (Hutami & Sofie, 2022)

Ukuran Perusahaan

Menurut (Rahmadani et al., 2022) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai total aset. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan tinggi, harga sahamnya juga tinggi. Dan perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan rendah, harga sahamnya juga rendah. Sehingga semakin tinggi ukuran perusahaan, maka akan membuat investor tertarik dan menjadikannya sebagai indikator dalam investasi.

Ukuran Perusahaan merupakan sebuah cerminan jumlah total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Menurut ukurannya, perusahaan yang ada dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu perusahaan berskala kecil dan juga perusahaan berskala besar. Besar atau kecilnya suatu perusahaan dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan, maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Sumber: Damayanti & Darmayanti (2022)

Profitabilitas

Yanti & Darmayanti (2019) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu, serta menggambarkan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Menurut Aldi et al., (2020), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam suatu periode tertentu, juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang. Menurut Rolanta et al., (2020),

profitabilitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan perusahaan laba, perusahaan yang memiliki pengembalian yang tinggi atas investasi akan menggunakan utang yang relatif kecil, profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah keputusan dan kebijakan manajemen perusahaan, dan juga alat ukur kesuksesan suatu perusahaan dalam mengevaluasi kinerja manajer.

Return on assets merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan aktiva. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan aktiva untuk menilai kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian juga sebaliknya. ROA dapat dihitung dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber : Marfu'ah et al., (2021)

Likuiditas

Menurut (Fakhrurrazi, 2022) perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas yang bagus, menandakan perusahaan mempunyai prospek yang baik. Perusahaan yang memiliki prospek yang bagus akan membuat investor memiliki ketertarikan untuk menginvestasikan sahamnya yang bisa mengakibatkan harga saham naik dan menaikkan nilai perusahaan. Menurut Prabowo & Sutanto (2019), likuiditas adalah kemampuan dari perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Rasio likuiditas biasa digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya sebuah perusahaan, karena investor dalam melakukan keputusan dalam berinvestasi untuk sebuah perusahaan perlu mengetahui kemampuan likuiditas calon perusahaan yang akan diinvestasikan. Investor perlu mengetahui likuiditas perusahaan agar investor merasa dana yang diinvestasikan olehnya dapat dikembalikan oleh perusahaan pada jangka waktu pendek.

Menurut Sulindawati (2021:135), mendefinisikan likuiditas adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih.

Likuiditas dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya yang belum terlunasi. Rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban atau kewajiban jangka pendeknya. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan utang lancar

maka semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya, demikian sebaliknya.

Current ratio menunjukkan jumlah kewajiban lancar yang dijamin oleh aset lancar. Current ratio (CR) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Sumber : Kasmir (2019)

Leverage

Menurut Sutisman et al., (2022:22), rasio leverage adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Hutang jangka panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun. Menurut Hidayat (2018:46), rasio leverage adalah rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang, rasio ini memberikan ukuran atas dana yang disediakan pemilik dibandingkan dengan keuangan yang diberikan oleh kreditor.

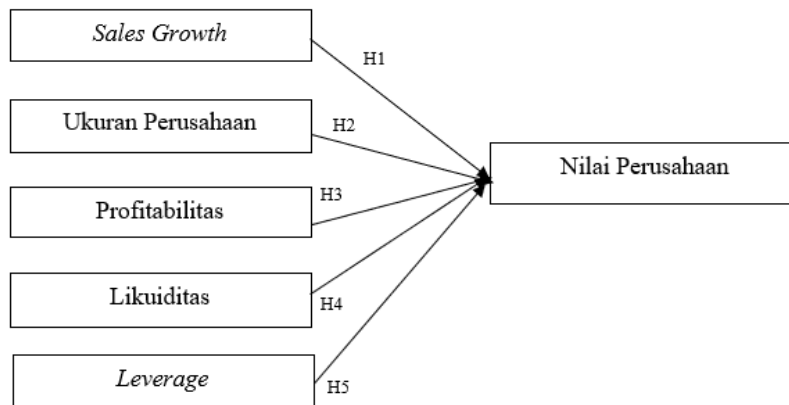
Menurut Kadim & Sunardi (2019), leverage merupakan perimbangan antara penggunaan modal sendiri dengan penggunaan hutang, yang berarti berapa besar modal sendiri dan berapa besar hutang yang akan digunakan, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan hutang. Oktaviarni (2019) menyatakan leverage merupakan tingkat penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap agar perusahaan mampu meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Dalam penelitian ini leverage diukur menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*). Rasio ini digunakan untuk mengukur porsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan serta dapat mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Apabila rasio leverage semakin besar, maka hal tersebut menandakan bahwa struktur modal perusahaan lebih banyak bersumber dari hutang. DER digunakan untuk mengukur bagian setiap rupiah modal yang dijadikan jaminan untuk seluruh kewajiban, berikut rumus *Debt to Equity Ratio* (DER):

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: Marfu'ah et al., (2021)

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Sales Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Setyo et al., 2022) Sales Growth menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Dengan adanya sales growth dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Bagi investor, perusahaan sales growth yang meningkat merupakan indikator yang menguntungkan dalam memperoleh return atas investasinya. Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, peningkatan yang dialami perusahaan terkait penjualan memberikan dampak yang besar terhadap profit perusahaan. Penjualan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, peningkatan yang dialami perusahaan terkait penjualan memberikan dampak yang besar terhadap profit perusahaan. Dengan meningkatnya profit perusahaan dapat dikatakan pula semakin baik nilai suatu perusahaan tersebut (Meini & Istikharoh, 2022). Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Dolontelide & Wangkar, 2019) dan (Sarmigi et al., 2022) mengatakan bahwa *Sales Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diberikan adalah:

H₁ : *Sales Growth* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang penting dalam pengelolaan perusahaan, besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aktiva (Rita Andini et al., 2021:31), suatu perusahaan dibagi menjadi dua jenis, yaitu

perusahaan berskala kecil dan besar dimana hal tersebut sangat menentukan kekuatan dari tawar menawar dalam kontrak keuangan dan secara umum perusahaan besar mengungkapkan informasi yang lebih luas daripada perusahaan kecil sehingga dalam hal pendanaan, perusahaan dengan skala besar dapat dengan mudah nya memilih pendanaan dalam bentuk utang atau sejenis nya. Besarnya ukuran perusahaan akan memberikan good news kepada investor. Hal tersebut disebabkan karena perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dan kompetitif serta memiliki fleksibilitas dan aksesibilitas yang tinggi dalam pendanaan di pasar modal. Ukuran perusahaan yang besar akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut (Dina & Wahyuningtyas, 2022) dan (Hidayat & Khotimah, 2022) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diberikan adalah:

H₂ : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan pada periode tertentu, tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Keadaan dimana jika kondisi profitabilitas yang baik akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan. Pada penelitian ini pengukuran profitabilitas diukur dengan ROA (*Return on Assets*). Return on assets merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan aktiva. Semakin baik profitabilitas perusahaan maka akan semakin baik pula prospek perusahaan tersebut di mata investor. ROA digunakan karena ROA dapat memberikan gambaran kepada investor tentang seberapa efisien manajemen perusahaan menggunakan aset atau investasinya untuk menghasilkan pendapatan atau laba. ROA biasanya disajikan berupa persentase, jika nilai ROA semakin tinggi maka semakin baik karena perusahaan bisa menunjukkan efisiensi aset yang relatif tinggi. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Nisak & Handayani (2022), Apriantini et al., (2022), dan Anggita & Andayani., (2022) mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diberikan adalah:

H₃ : Profitabilitas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas dapat dianggap sebagai salah satu faktor yang mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya yang belum terlunasi. Rasio likuiditas likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar hutang jangka

pendeknya. Dengan kata lain rasio likuiditas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan jatuh tempo. Jika perusahaan memiliki kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo maka perusahaan tersebut termasuk perusahaan yang likuid dan begitupun sebaliknya. Untuk dapat memenuhi kewajiban jangka pendeknya, perusahaan harus memiliki tingkat ketersediaan jumlah kas yang baik atau aset lancar lainnya yang juga dapat dengan segera dikonversi. Penelitian ini dapat diproksikan dengan menggunakan *current ratio* (CR). Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut (Iman et al., 2021) dan (Rossa et al., 2023) mengatakan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Sehingga hipotesis yang diberikan adalah:

H₄ : Likuiditas Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang semakin tinggi menunjukkan resiko investasi yang semakin tinggi. Perusahaan yang memiliki rasio leverage yang rendah memiliki risiko leverage yang lebih kecil. Dengan tingginya nilai rasio leverage maka menunjukkan perusahaan tidak solvable, yang berarti total hutangnya lebih besar daripada total asetnya. Karena leverage merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, maka apabila investor melihat perusahaan dengan aset yang tinggi maka dengan itu resiko leverage tinggi. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Wiyono et al., (2023), Anggita & Andayani (2022) dan Dessriadi et al., (2022) mengatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang diberikan adalah:

H₅ : Leverage Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yaitu data berupa angka. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder dengan laporan keuangan tahunan perusahaan sektor *properties & real estate* yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor *properties & real estate* yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 yaitu sebanyak 93 perusahaan. Pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Sehingga jumlah sampel yang didapatkan

berjumlah 51 dari 93 perusahaan sektor *properties & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

Tabel 1. Populasi dalam penelitian

Hasil Penentuan Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor <i>properties & real estate</i> yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023.	93
Perusahaan sektor energi yang baru IPO selama periode 2019-2023	(31)
Perusahaan yang di sunspend, delisting dan pindah sektor	(6)
Perusahaan yang hanya mengeluarkan laporan keuangan sampai kuartal 3 di tahun 2023	(5)
Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	51
Periode Penelitian	5
Jumlah data sampel penelitian	255

Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen adalah model analisis regresi linier berganda. Penulis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif ataupun negative. Maka dari itu untuk menjelaskan adanya hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dapat dibuat model dengan persamaan matematik dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

- Y : Nilai Perusahaan
- α : Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien Regresi
- X_1 : Sales Growth
- X_2 : Ukuran Perusahaan
- X_3 : Profitabilitas
- X_4 : Likuiditas
- X_5 : Leverage
- e : Error

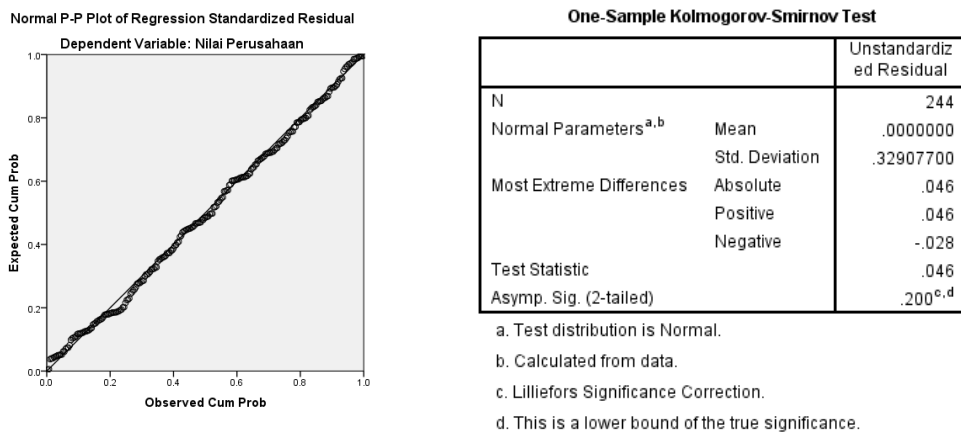
4. PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini agar dapat dipertanggungjawabkan dan tidak bias. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Berikut penjelasan uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S adalah apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas (sig) $\geq 0,05$ atau 5 persen maka data terdistribusi secara normal dan apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ atau 5 persen maka data tidak terdistribusi normal. Pada penelitian ini uji normalitas dilihat dari penyebaran data pada grafik Normal P-Plot dan uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test. Adapun hasil pengujian data sebagai berikut:



Gambar 2. Grafik Normal P-Plot dan uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test

Uji P-plot penyebaran data disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal dan uji One sample kolmogorov smirnov test nilai signifikansi ini sudah lebih dari 0,05 (0,200 > 0,05). Maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditentukan adanyakorelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Bila adakorelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model regresi bebas dari multikolinearitas seperti yang ditunjukkan dari tabel dibawah ini:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Sales Growth	.946	1.057
	Ukuran Perusahaan	.898	1.113
	Profitabilitas	.846	1.182
	Likuiditas	.905	1.106
	Leverage	.936	1.069

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Nilai Tolerance dari masing masing variabel independen diatas 0,1 dan nilai VIF berada dibawah 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinearitas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya. Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini melalui grafik scatterplot serta melakukan uji Park.

Tabel 3. Uji heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.077	11.072		.910	.364
	Sales Growth	-.765	.621	-.085	-1.231	.220
	Ukuran Perusahaan	-.359	.811	-.031	-.443	.658
	Profitabilitas	1.050	.799	.091	1.314	.190
	Likuiditas	-2.568	2.204	-.080	-1.165	.245
	Leverage	-.065	.792	-.006	-.082	.934

a. Dependent Variable: LN_RES

Uji Scatterplot penyebaran data merata dan tidak membentuk pola tertentu dan uji Park semua variabel independen mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji AutoKorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif antar data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Metode pengujian dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terjadi autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin Watson atau DW Test. Uji Durbin-Watson adalah uji autokorelasi yang menilai adanya autokorelasi pada residual dari sebuah analisis regresi. Model regresi dikatakan tidak terjadi autokorelasi apabila $dU < DW < 4 - dU$

Tabel 4. Uji autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.525 ^a	.276	.273	.28070883	1.950

a. Predictors: (Constant), Leverage, Sales Growth, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Nilai DW berada diantara nilai dU dan 4-dU ($dU < DW < 4 - dU = 1,825 < 1,950 < 2,175$). Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Bila dalam pengambilan keputusan pada uji T diambil dengan T tabel, maka dimana nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 4. Uji Parsial/ Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.341	8.355		1.597	.112
	Sales Growth	-.319	.327	-.062	-.976	.330
	Ukuran Perusahaan	-2.234	1.552	-.094	-1.440	.151
	Profitabilitas	1.629	.647	.166	2.520	.012
	Likuiditas	-.059	.035	-.108	-1.660	.098
	Leverage	.195	.078	.160	2.501	.013

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

1. Hasil pengujian variabel *Sales Growth* memiliki tingkat signifikan 0,330 lebih besar dari 0,05 ($0,330 < 0,05$). Maka H_1 ditolak, yang berarti *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian variabel Ukuran Perusahaan memiliki tingkat signifikan 0,151 lebih besar dari 0,05 ($0,151 < 0,05$). Maka H_1 ditolak, yang berarti Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian variabel Profitabilitas memiliki tingkat signifikan 0,012 lebih kecil dari 0,05 ($0,012 > 0,05$). Maka H_1 diterima, yang berarti Profitabilitas berpengaruh positif nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian variabel Likuiditas memiliki tingkat signifikan 0,098 lebih besar dari 0,05 ($0,098 < 0,05$). Maka H_1 ditolak, yang berarti Likuiditas tidak berpengaruh nilai perusahaan.
5. Hasil pengujian variabel *Leverage* memiliki tingkat signifikan 0,013 lebih kecil dari 0,05 ($0,013 > 0,05$). Maka H_1 diterima, yang berarti *Leverage* berpengaruh positif nilai perusahaan.

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa sales growth berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain sales growth tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya besar kecilnya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. rata-rata pertumbuhan penjualan pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengalami trend peningkatan dari tahun 2019-2023, sedangkan rata-rata nilai perusahaan dalam penelitian ini mengalami penurunan dari tahun 2019-2023. Hal ini mendukung hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa sales growth berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena pengaruhnya tidak signifikan, maka nilai Perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, dibanding oleh sales growth pada Perusahaan sektor properties & real estate yang terdaftar pada BEI 2019-2023.

Tidak adanya pengaruh ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut dimungkinkan karena kenaikan pertumbuhan penjualan belum tentu diikuti dengan

kenaikan laba bersih perusahaan. Salah satu penyebab kemungkinan karena meningkatnya biaya operasional serta pajak yang harus dibayar tinggi. Oleh karena itu, besar kecilnya sales growth tidak berdampak terhadap nilai perusahaan. Dalam hubungannya dengan teori sinyal, ciri perusahaan yang baik adalah dengan memiliki peningkatan kondisi keuangan pada periode sebelumnya agar dapat meyakinkan investor untuk menanamkan modalnya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Artinya besar kecilnya ukuran perusahaan, tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengalami peningkatan dari tahun 2019-2023, sedangkan rata-rata nilai perusahaan dalam penelitian ini mengalami penurunan dari tahun 2019-2023. Hal ini mendukung hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena pengaruhnya tidak signifikan, maka nilai Perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, dibanding oleh ukuran perusahaan pada Perusahaan sektor properies & real estate yang terdaftar pada BEI 2019-2023.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. hasil ini menunjukkan ketika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan meningkat sebaliknya ketika profitabilitas menurun maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan Ratio On Assets (ROA) yang membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset. Sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan Price book value (PBV) yang membandingkan antara nilai saham menurut pasar dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit atau laba selama satu periode. Laba merupakan ukuran yang umumnya digunakan untuk menilai kinerja operasional suatu organisasi. Informasi tentang laba mengukur keberhasilan atau kegagalan bisnis dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Baik investor maupun kreditor menggunakan informasi laba untuk mengukur keberhasilan kinerja manajemen dan mengukur prediksi laba di masa yang akan datang. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan

memberikan sinyal positif terhadap nilai perusahaan dan sebaliknya perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang rendah akan memberikan sinyal negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya besar kecilnya likuiditas suatu perusahaan, tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. Likuiditas dalam penelitian ini diproksikan dengan Current Ratio (CR) yang membandingkan current asset dengan current liabilities. Sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan Price book value (PBV) yang membandingkan antara nilai saham menurut pasar dengan nilai buku ekuitas perusahaan. rata-rata likuiditas pada perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mengalami peningkatan dari tahun 2019-2023, sedangkan rata-rata nilai perusahaan dalam penelitian ini mengalami penurunan dari tahun 2019-2023. Hal ini mendukung hasil uji hipotesis yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena pengaruhnya tidak signifikan, maka nilai perusahaan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain, dibanding oleh likuiditas pada Perusahaan sektor properties & real estate yang terdaftar pada BEI 2019-2023.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya setiap penurunan yang terjadi pada Leverage menyebabkan penurunan pada nilai Perusahaan. Leverage dalam penelitian ini diproksikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) yang membandingkan total hutang dengan total ekuitas. Sedangkan nilai perusahaan diproksikan dengan Price book value (PBV) yang membandingkan antara nilai saham menurut pasar dengan nilai buku ekuitas perusahaan. dapat dilihat bahwa rata-rata leverage dan nilai perusahaan dalam penelitian ini mengalami penurunan dari tahun 2019-2023. Kondisi ini mendukung hasil uji hipotesis bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Implikasi Teoritis dalam penelitian ini yaitu besar kecilnya leverage mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian ini yang membuktikan bahwa bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sales growth, ukuran Perusahaan, profitabilitas, likuiditas dan leverage terhadap nilai perusahaan, khususnya bagi perusahaan sektor *properties & real estate* yang tercatat di BEI periode 2019-2023. Dimana rentang waktu nilai perusahaan sangatlah penting, terutama bagi para pengguna informasi sebagai dasar pengambilan keputusan dimana laporan tahunan yang sudah diaudit merupakan satu-satunya pusat informasi keuangan yang dapat dipercaya. Hasil dalam penelitian ini ditemukan bahwa sales growth, ukuran Perusahaan dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun profitabilitas dan leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Bagi para Investor sebaiknya berinvestasi atau menanamkan modal pada perusahaan yang dapat mempertahankan efisiensi operasi perusahaan dengan baik. Hal ini dikarenakan perusahaan yang dapat mempertahankan efisiensi operasi perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Investor perlu teliti dan berhati-hati dalam menanamkan modal dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi cenderung memiliki risiko kesulitan keuangan, sehingga investor perlu mempertimbangkan tingkat hutang yang dimiliki perusahaan dalam membuat keputusan investasi. Investor sebaiknya perlu berhati-hati dalam memilih perusahaan untuk menanamkan modal dikarenakan pendapatan yang tinggi pada perusahaan belum tentu dapat membuat nilai perusahaan tersebut meningkat. Investor sebaiknya lebih teliti dalam menanamkan modal dengan melihat terdahulu tingkat likuiditas serta rasio hutang lancar dan aset lancar nya, karena perusahaan yang memiliki likuiditas yang meningkat tidak menjamin menghasilkan nilai perusahaan yang meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis berharap Penelitian selanjutnya dapat menggunakan perusahaan sektor yang berbeda yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan semakin komprehensif, dapat menambah referensi yang lebih luas untuk mendukung penelitian, seperti jurnal pendukung, referensi buku, dan lain sebagainya dan penulis berharap Penelitian selanjutnya dapat menggunakan perusahaan sektor yang berbeda yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik dan semakin komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1433–1440. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2465>
- Damayanti, N. M. E., & Darmayanti, N. P. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi Dan Logistik. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1462. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p02>
- Dina, D. A. S., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Accounting and Management Journal*, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2821>
- Dolontelide, C. M., & Wangkar, A. (2019). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3039–3048.
- Fakhrurrazi. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar di BEI di Masa Pandemi Covid-19. 02(1), 1–25.
- Hutami, Y. T., & Sofie. (2022). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1529–1540. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14687>
- Iman, C., Sari, F. N., & Pujiati, N. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Perspektif*, 19(2), 191–198. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i2.11393>
- Rossa, P. A. E., Susandya, A. A. P. G. B. A., & Suryandari, N. N. A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Perbankan di BEI 2019-2021. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 5(1), 88–99.
- Sarmigi, E., Sumanti, E., & Azhar, A. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–29. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3501>
- Setyo, Artanti Yunis, A., & Adi, W. S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *In Conference on Economic and Business Innovation (CEBI)*, 35, 1635–1646.